

PERANCANGAN PROMOSI UNTUK MENUNJANG POTENSI WISATA BAHARI KEPULAUAN KANGEAN, KABUPATEN SUMENEP, JAWA TIMUR

Maria Angelina Sutanto¹, Bedjo Riyanto², Elisabeth Christine Yuwono³

^{1,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra, Surabaya

²Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa,
Universitas Sebelas Maret, Surakarta

Email : angelinamaria91@yahoo.com

Abstrak

Perancangan promosi untuk menunjang potensi wisata bahari Kepulauan Kangean dibuat untuk memperkenalkan sebuah potensi wisata bahari yang dapat dibentuk menjadi daerah tujuan wisata baru dengan keindahan kekayaan alamnya kepada masyarakat luas. Latar belakangnya adalah karena Kepulauan Kangean belum banyak dikenal keberadaannya. Melalui metode kualitatif didapatkan data bahwa Kepulauan Kangean masih belum dikelola dan alami padahal Kepulauan Kangean memiliki potensi wisata yang menakjubkan dan tak kalah menarik dengan Pulau Karimunjawa yang telah dikelola menjadi obyek pariwisata. Oleh karena itu dengan promosi Kepulauan Kangean dibuat dengan menonjolkan potensi kekayaan alam yang masih alami dan tenang. Promosi yang dibuat menggunakan media-media yang tepat dalam menyampaikan pesan sehingga diharapkan melalui perancangan promosi ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang keberadaan Kepulauan Kangean yang memiliki potensi wisata bahari yang dapat dijadikan tempat tujuan wisata di Indonesia, khususnya Jawa Timur.

Kata Kunci : Kepulauan Kangean, Pulau Kangean, Wisata, Promosi, Media

Abstract

Design to support the promotion of marine tourism potential Kangean Islands made to introduce a marine tourism potential that can be formed into a new tourism destination with its natural beauty to the general public. His background is as yet little known Kangean Islands whereabouts. Through qualitative methods, obtained data that Kangean Island still managed to be a tourist destination but Kangean Islands has amazing tourist potential and not less interesting with Karimun island that has managed to be the object of tourism. Therefore the promotion of Kangean Islands made by accentuating the natural richness of unspoiled and quiet. Promotions are made using appropriate media to convey the message that is expected through the design of this promotion may provide information to the public about the existence Kangean islands that have the potential for marine tourism can be used as a tourist destination in Indonesia, especially in East Java.

Keywords: Kangean Islands, Kangean Island, Tourism, Promotion, Media

Pendahuluan

Bangsa Indonesia adalah bangsa yang terkenal dengan kekayaan keindahan alam yang beraneka ragam yang tersebar di berbagai kepulauan yang ada di Indonesia. Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang belum dikembangkan secara maksimal, termasuk didalamnya di sektor pariwisata. Sektor pariwisata Indonesia merupakan penyumbang devisa yang signifikan bagi Indonesia. Pengembangan

kepariwisataan berkaitan erat dengan pelestarian nilai-nilai kepribadian dan pengembangan budaya bangsa, dengan memanfaatkan seluruh potensi keindahan dan kekayaan alam Indonesia. Pemanfaatan disini bukan berarti merubah secara total, tetapi lebih berarti mengelola, memanfaatkan dan melestarikan setiap potensi yang ada, dimana potensi tersebut dirangkai menjadi satu daya tarik wisata. Pembangunan bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat

bagi masyarakat, karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan di bidang ekonomi. Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor non-migas yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian Negara. Usaha mengembangkan dunia pariwisata ini didukung dengan UU No 10 Tahun 2009 yang menyebutkan bahwa keberadaan obyek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, antara lain meningkatnya Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatnya taraf hidup masyarakat dan memperluas kesempatan kerja mengingat semakin banyaknya pengangguran saat ini, meningkatkan rasa cinta lingkungan serta melestarikan alam dan budaya setempat. (Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, 2011:4)

Promosi merupakan strategi terpenting untuk memperkenalkan dan memberitahukan serta mengingatkan manfaat dan kelebihan suatu produk untuk mendorong konsumen dapat memahami dan membeli produk yang telah dipromosikan tersebut. Karena itu promosi dibuat semenarik mungkin agar konsumen tidak hanya membeli namun tetap mengingat produk atau jasa tersebut.

Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Ismayanti 2010:147-155). Daya tarik wisata itu harus dikelola semenarik mungkin agar keberlangsungannya dan kesinambungannya dapat tetap terjamin. Terdapat banyak jenis daya tarik wisata dan dibagi dalam berbagai macam system klasifikasi. Secara garis besar daya tarik wisata dibagi ke dalam 3 jenis:

- a. Daya tarik alam
- b. Daya tarik budaya
- c. Daya tarik buatan manusia

Daya Tarik Wisata Budaya merupakan daya tarik wisata yang menampilkan atraksi wisata berupa pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang dimiliki anggota masyarakat. Kedua Daya Tarik Wisata Buatan dan Sejarah, merupakan daya tarik wisata yang menampilkan replika dari peristiwa-peristiwa yang terjadi dimasa lampau, asal-usul (keturunan), atau silsilah lampau. Ketiga, Daya Tarik Wisata Alam merupakan salah satu atraksi wisata yang paling digemari wisatawan. Keindahan alam merupakan keindahan alam yang diberikan oleh Sang Pencipta yang tidak dapat ditandingi oleh manusia. Sehingga dalam pengertian luas dapat dikatakan bahwa apa saja yang mempunyai daya tarik wisata atau menarik minat bagi wisatawan dapat disebut sebagai daya tarik wisata. Menurut undang-undang No. 9 tahun 1990 bab III pasal 4 tentang kepariwisataan, objek dan daya tarik wisata dibagi menjadi dua jenis. Adapun bunyi pasal tersebut adalah:

1. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna.
2. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggal purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, agrowisata, taman rekreasi, dan tempat hiburan..

Tujuan promosi untuk menciptakan suatu *image* atau citra yang positif mengenai suatu pandangan dan gambaran terhadap suatu obyek yang merupakan suatu asset penting dalam suatu promosi, menurut Sukatendel dalam Ardianto, citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh destinasi. Citra dalam sebuah tujuan wisata merupakan hasil kumpulan proses, yang dibuat wisatawan dalam membandingkan, dan mengkontraskan atribut-atribut tujuan wisata. Destinasi bersama-sama dengan harga, *accessibility*, *destination attractions*, serta *destination facilities* merupakan komponen penting dalam produk pariwisata (Witt dan Moutinho 1994:338). Citra destinasi merupakan faktor yang menentukan dalam mempengaruhi pilihan tempat berlibur (Seaton & Benett 1996:363).

Dengan keanekaragaman tempat wisata yang ada di Indonesia, sehingga banyak daerah di Indonesia yang berpotensi untuk dipromosikan menjadi suatu kawasan wisata yang layak dikunjungi dan dapat meningkatkan penerimaan devisa pendapatan daerah dan negara. Namun mereka belum melakukannya dikarenakan kurangnya pengetahuan serta sempitnya pemahaman mereka akan promosi pariwisata. Bila dikaitkan dengan kepariwisataan maka yang menjadi sasaran promosinya adalah obyek pariwisata, yaitu dengan cara memaparkan keadaan daya tarik dari wisata tersebut, sarana dan prasarana yang telah tersedia di obyek pariwisata, sehingga menimbulkan keinginan orang untuk berkunjung di obyek pariwisata tersebut.

Pulau Madura memiliki beberapa daya tarik pariwisata yang bagus, indah, alami, dan elok seperti tempat pariwisata lain yang berada di seluruh Pulau di Indonesia ini. Kepulauan Kangean adalah gugusan pulau yang merupakan bagian paling timur dari Pulau Madura. Kepulauan Kangean terdiri dari 60 pulau, dengan luas wilayah 487 km². Pulau Kangean merupakan bagian dari provinsi Jawa Timur, dan termasuk ke dalam wilayah Kabupaten Sumenep, Madura. Kepulauan Kangean terdiri dari 3 kecamatan yaitu Arjasa, Kangeann, dan Sapeken. Kecamatan Arjasa meliputi pulau Kangean bagian barat, kecamatan kangean meliputi pulau Kangean bagian timur, sedangkan kecamatan Sapeken meliputi pulau - pulau kecil dan mendominasi bagian timur kepulauan Kangean. Pulau Kangean adalah pulau yang terbesar dari Kepulauan Kangean. Luasnya 430 km², dan titik tertingginya mencapai 390 meter dpl. Kangean merupakan pulau paling signifikan di kawasan tersebut. Perairan Pulau Kangean sesuai dengan letak geografisnya yang terdiri dari pulau - pulau dan laut,

memiliki potensi sumber daya bawah laut yang sangat besar dan melimpah. Beragam terumbu karang di perairan Kepulauan Kangean cukup kaya selain itu ikan-ikan dengan berbagai macam jenis dan bentuk juga banyak di perairan kepulauan Kangean. Tutupan terumbu karang cukup rapat dan keanekaragaman terumbu karangnya menyajikan pemandangan yang indah.

Menurut beberapa sumber, kondisi terumbu karang di perairan Kangean selama beberapa tahun terakhir belakangan mengalami penurunan. Hal ini akibat aktivitas para nelayan, baik nelayan dari dalam maupun dari luar kawasan dalam penangkapan ikan yang masih belum sehat, bertanggung jawab, dan sadar lingkungan. Dengan keindahan alam laut yang menakjubkan namun hingga saat ini Kepulauan Kangean masih belum dibentuk Taman Nasional. Dengan adanya Taman Nasional, tentunya aktivitas penangkapan ikan oleh nelayan yang selama ini kurang sehat dapat dikontrol dan sosialisasi terhadap masyarakat akan pentingnya kelestarian laut dapat dilakukan secara terus menerus. Di samping itu pengelolaan pariwisata di pulau Kangean masih belum maksimal. Dengan keindahan alam bawah lautnya yang menakjubkan, aktivitas pariwisata di sana dapat dikatakan tidak terlalu berkembang. Kangean menyimpan banyak area untuk menyelam “*dive spot*” yang sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi pariwisata penyelaman. Namun di pulau Kangean sendiri keberadaan *dive center* atau sentra selam masih belum ada. Sedangkan keberadaan sentra selam akan sangat membantu pengembangan pariwisata penyelaman yang ada di wilayah kangean. Pengembangan pariwisata penyelaman di kepulauan Kangean akan menyebabkan peningkatan lapangan kerja dan aktivitas masyarakat di sana yang dampak akhirnya adalah peningkatan nilai ekonomi dan sosial bagi masyarakat kepulauan Kangean. Saat ini, masih minimnya sumber informasi bahkan sosial dan budaya mengenai potensi wilayah bawah laut yang ada di Kangean yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan potensi pariwisata Kangean dalam jangka waktu ke depan. Masih belum banyak pihak-pihak yang melakukan penelitian sosial dan budaya terhadap kehidupan masyarakat Kangean. Terbatasnya informasi mengenai potensi kepulauan kangean oleh orang - orang diluar kepulauan inilah yang menyebabkan belum banyak *traveler* yang mengadakan perjalanan ketempat ini. Saat ini, restorasi terumbu karang telah gencar dilakukan semua pihak di Jawa Timur. Pasalnya, terumbu karang dan keanekaragaman bawah laut bisa menjadi potensi luar biasa pariwisata Indonesia. Hal itulah yang saat ini menjadi bidikan Dinas Kelautan dan Pertanian Provinsi Jawa Timur. Jawa Timur tengah menggagas Kepulauan Kapajang yang kependekan dari nama Pulau Kangean, Paleat, dan Sepanjang yang ada di wilayah Sumenep, Madura. Kepulauan Kangean akan disulap menjadi kepulauan wisata

terumbu karang layaknya Wakatobi. Pada tahun 2016, Kepulauan Kangean, Paleat-Sepanjang dapat selesai menjadi daerah wisata (Erjono “2016, Jatim Miliki 'Wakatobi' di Kepulauan Sumenep,” Par. 3). Erjono menambahkan, potensi paling besar wisata terumbu karang memang terletak di Kepulauan Sepanjang. Sebab, terumbu karang di wilayah itu masih sedikit prosentase kerusakannya. “Selain itu, menurut ketua Forum Pemerhati Terumbu Karang Jatim ini, pada saat yang sama akan dilangsungkan even *Internasional Atlantic Challenge*. Hal itu merupakan potensi besar untuk mempromosikan Kapajang pada wisatawan asing” (Surjono “2016, Jatim Miliki 'Wakatobi' di Kepulauan Sumenep,” par. 5). Saat ini, masih banyak masalah yang harus diselesaikan yakni persoalan restorasi terumbu karang, akses transportasi juga menjadi masalah serius untuk segera digarap. Sebab, saat ini sarana transportasi masih sangat minim untuk mencapai Kepulauan Kangean. Selain akses transportasi, masalah lain adalah ketersediaan makanan, penginapan, dan pemandu untuk ketersediaan obyek wisata. Karena itu perlunya promosi dilakukan agar potensi obyek wisata Kepulauan Kangean dapat diketahui oleh berbagai pihak, utamanya para wisatawan dan tidak menutup kemungkinan pula disasarkan pada investor. Informasi-informasi yang didapatkan, diolah menjadi suatu bagian promosi yang dapat digunakan untuk mengembangkan dan memperkenalkan keindahan Kepulauan Kangean, selain itu hal tersebut dapat menyadarkan masyarakat setempat akan pentingnya pelestarian alam di Kepulauan Kangean.

Metode Penelitian

Beberapa data yang diperlukan untuk mendukung perancangan promosi untuk mendukung potensi wisata Kepulauan Kangean, Sumenep, Madura antara lain yakni data primer dan data sekunder yang berisi sejarah dan asal-usul obyek wisata Kepulauan Kangean, perkembangan obyek dan beberapa daya tarik wisata yang ada di Kepulauan Kangean selama beberapa periode, unsur dan kelebihan serta keindahan yang ada dan menarik dari obyek wisata Kepulauan Kangean, fasilitas dan kemudahan yang didapat, unsur budaya masyarakat setempat serta profil wisatawan sebagai konsumen.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dilokasi yang menjadi obyek perancangan. Data yang diperoleh langsung dari sumbernya, yang diamati secara langsung. Dalam perancangan data primer diperoleh secara langsung dengan mendapatkan data langsung dari lapangan, yaitu data mengenai Kepulauan Kangean mulai dari keberadaannya, potensi wisata, keadaan penduduk, adat istiadat dan budaya setempat, penginapan, fasilitas dan transportasi ke Kepulauan Kangean dan semua data yang berkaitan dengan hal tersebut. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sejumlah tempat, kantor atau lembaga. Data sekunder berguna agar

dapat lebih memahami tentang obyek perancangan. Dalam perancangan ini, data sekunder memakai data pustaka atau data teoritis tentang kepariwisataan, promosi dan media yang digunakan, serta data-data dari Dinas Perikanan dan Kelautan mengenai pengembangan potensi wisata Kepulauan Kangean dan keadaan dan kondisi perkembangan Kepulauan Kangean, serta mengenai wisatawan yang pernah mengunjungi Kepulauan Kangean ini sebagai target market yang dituju. Selain itu dibutuhkan data-data mengenai tempat wisata yang menjadi pesaing dari Kepulauan Kangean yakni Pulau Bawean yang bertujuan menjadi sumber informasi dalam melakukan promosi potensi wisata Kepulauan Kangean.

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan proses pengumpulan data terdiri dari :

1. Metode wawancara mendalam merupakan sebuah pertukaran informasi antara pewawancara dengan yang diwawancarai dengan tujuan mendapatkan informasi dari narasumber/ informan untuk keperluan proses pengambilan maupun evaluasi kebijakan publik. Sumber informasi untuk menentukan strategi dan obyek sasaran promosi yang tepat mengenai keunikan dan kelebihan serta potensi wisata kepulauan Kangean didapat dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan serta Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Timur serta Dinas Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura selaku pengelola Kepulauan Kangean, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur. Dan dari pihak masyarakat dan penduduk setempat agar data yang didapat dari hasil wawancara dapat digunakan untuk mempermudah analisis data.
2. Metode observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi) dan seluruh kegiatan pengamatan terhadap objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Pada penelitian ini digunakan observasi partisipatif dimana dimana orang yang mengobservasi (*observer*) ikut ambil bagian alam kegiatan yang dilakukan oleh objek yang diamatinya. Observasi dilakukan dengan cara *observasi sistematis*, yang dilakukan oleh pengamat dengan memakai instrument atau alat-alat yang mendukung pengamatan. Pada penelitian ini dipakai metode observasi sistematis agar data yang didapat pada Obyek Wisata Kepulauan Kangean, Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur lebih akurat.
3. Metode dokumentasi data ialah metode pengumpulan data dengan cara mencari data berupa catatan, buku, film, gambar, foto dan sebagainya dengan cara mendokumentasikan obyek yang diteliti dalam hal ini mendokumentasikan daya tarik wisata apa sajakah yang ada di Kepulauan Kangean, Kabupaten

Sumenep, Madura, Jawa Timur melalui rekaman, hasil memotret, dsb.

4. Metode kepustakaan digunakan untuk memperoleh dan mengumpulkan segala informasi dan data yang dibutuhkan mengenai Obyek Wisata Kepulauan Kangean, Sumenep, Madura, Jawa Timur melalui berbagai media cetak.
5. Metode Internet, melalui website mengenai permasalahan yang dibahas, yang berguna untuk menganalisa data-data yang telah didapat dan dihubungkan dengan teori dari kepustakaan yang ada.

Metode yang digunakan untuk analisis data, dengan mengelompokkan data-data yang telah didapat berdasarkan variabel, jenis responden, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Metode analisis yang digunakan menggunakan metode kualitatif, SWOT dan AIDCA, dalam pengolahan datanya untuk mendapatkan data yang akurat.

1. Metode kualitatif untuk pengolahan data observasi, kepustakaan, dan hasil wawancara. Metode kualitatif merupakan pendekatan dengan cara menekankan pada makna, penalaran hasil temuan yang diperoleh dari hasil pengumpulan data yang diperoleh tanpa menggunakan perhitungan statistic atau angka-angka. Metode kualitatif yang digunakan menggunakan metode analisis SWOT dan AIDCA.
2. Metode analisis SWOT merupakan metode yang membandingkan kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang ada pada obyek wisata Kepulauan Kangean, Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur dengan obyek wisata pulau Bawean, sehingga dapat melakukan perancangan komunikasi visual yang efektif menjangkau masyarakat utamanya para wisatawan, dan mampu menyampaikan tujuan dan pesan yang ingin disampaikan mengenai obyek wisata Kepulauan Kangean, Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur.

AIDCA terdiri dari *Attention* (perhatian) yakni iklan harus dapat menarik perhatian target atau sasarannya, *Interest* (minat) yakni setelah menarik perhatian, iklan harus dapat meningkatkan perhatian menjadi minat dan rasa ingin tahu yang lebih jauh, *Desire* (kebutuhan/ keinginan) yakni iklan dapat meningkatkan kebutuhan dan keinginan sasaran untuk membeli, memakai dan melakukan sesuatu tersebut, *Conviction* (rasa percaya) yakni ketika sasaran mulai tersentuh emosinya dan menimbulkan rasa percaya sasaran pada produk, dan *Action* (tindakan) yakni, ketika sasaran percaya kemudian melakukan, membeli, memakai sesuatu yang diiklankan tersebut.

Pembahasan

Promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran. Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep ,

harga promosi, serta distribusi sejumlah barang dan jasa, untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi (Kotler, dalam *Strategi Promosi yang Kreatif* 2009:18). Keputusan dalam pemasaran harus dibuat untuk menentukan produk serta pasarnya, penentuan harga, dan kegiatan promosi. Dari definisi diatas, pemasaran bersandar pada beberapa konsep inti, yaitu (Freddy 2009:20):

1. Kebutuhan, keinginan, dan permintaan
 - a. Kebutuhan adalah sesuatu yang diperlukan dan harus ada sehingga dapat menggerakkan manusia sebagai dasar berusaha.
 - b. Keinginan adalah hasrat untuk memperoleh pemuas kebutuhan yang lebih spesifik akan kebutuhan yang lebih mendalam.
 - c. Permintaan adalah keinginan akan produk tertentu yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membeli.
2. Produk/ Jasa yang ditawarkan adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan.
3. Nilai dan kepuasan, merupakan konsep penuntun dalam memilih produk mana yang dapat memuaskan dan mempunyai kapasitas berbeda sebagai perangkat tujuan.
4. Pertukaran dan transaksi merupakan cara-cara yang dilakukan orang dalam memperoleh produk yang diinginkannya.
 - Pertukaran adalah tindakan memperoleh barang yang dikehendaki dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalan.
 - Transaksi adalah perdagangan nilai-nilai antara dua pihak atau lebih.
5. Hubungan dan jaringan, merupakan praktik dilakukan perusahaan dengan pihak-pihak kunci seperti pelanggan, pemasok, dan penyalur, guna mempertahankan referensi dan bisnis jangka panjang perusahaan.
6. Pasar yang terdiri atas semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Berdasarkan penjelasan diatas, tujuan pemasaran ialah untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa sesuai bagi konsumen sehingga produk atau jasa tersebut dapat terjual dengan tersendirinya. Jadi, pemasaran merupakan interaksi yang berusaha untuk menciptakan hubungan pertukaran dan bukan merupakan cara yang sederhana yang hanya sekadar untuk menghasilkan penjualan.

Dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi, para manajer bergantung pada empat komponen dasar yakni 4P, yaitu:

1. *Product* (Produk) adalah suatu barang, jasa, atau gagasan yang dirancang untuk kebutuhan seorang konsumen.

2. *Price* (Penetapan harga) adalah memilih harga yang paling sesuai untuk menjualnya, kadang-kadang merupakan merupakan suatu tindakan penyeimbang.
3. *Place* (Distribusi/ penempatan) adalah menempatkan suatu produk pada outlet yang sesuai dan memerlukan kepastian mengenai sejenis aktivitas yang keseluruhannya berkaitan dengan bagaimana menyampaikan produk tersebut dari produsen ke konsumen.
4. *Promotion* (Promosi) adalah kegiatan yang dilakukan secara aktif oleh perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan yang berkaitan dengan teknik menyampaikan informasi mengenai produk.

IMC merupakan suatu sinergi antara kreativitas, integrasi, dan komunikasi pemasaran secara terpadu dengan cara memanfaatkan berbagai elemen komunikasi yang berbeda-beda agar tercipta koherensi yang saling mendukung sehingga tercipta hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Positioning dapat diartikan sebagai apa yang kita ingin orang lain rasakan. *Personality* adalah bagaimana kita ingin mereka merasakan dalam merek yang kita miliki. Sedangkan *Preposition* adalah bagaimana kita dapat yakin memunculkan kedua hal lain tersebut sekaligus. Suatu proses komunikasi yang berhasil mampu membangun *image* merek kedalam pikiran calon pelanggan dan kemudian dapat menjadi calon pembeli aktif. Kunci utama dalam mencapai hal tersebut adalah bagaimana melihat dinamika pasar. Untuk membantu menentukan kekuatan daya saing maka positioning harus memiliki sifat-sifat sebagai berikut (Freddy, 2009: 32):

- a. Strategis
- b. Mudah dimengerti
- c. Menuntun pelanggan
- d. Jujur
- e. Optimistis
- f. Selalu berada didepan pesaing
- g. Berkelanjutan
- h. Menggerakkan
- i. Dinamis
- j. Memberikan solusi (bermanfaat)
- k. Memberikan kebahagiaan

Setelah menyiapkan struktur yang menyeluruh, maka selanjutnya dikembangkan kampanye secara individu. Pendekatan yang dilakukan dimulai dengan tujuan pemasaran atau bisnis dan *audience* yang dituju. Setelah menetapkan parameter kampanye, selanjutnya diprioritaskan negara dan industri apa, dan sebagainya. Kemudian menganalisis situasi dan menentukan tujuan komunikasi yang cocok. Dan terakhir menentukan strategis dan rencana taktis untuk mencapai sasaran tertentu.

Berdasarkan segi *Etymologis*, kata pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta. Kata pariwisata terdiri dari dua suku kata yakni "*Pari*" yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar. Dan "*Wisata*" yang berarti bepergian, perjalanan. Sehingga pengertian

kata pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali, berputar-putar, dari suatu tempat, ketempat perjalanan yang lain.

Jenis-Jenis Pariwisata dapat digunakan sebagai acuan untuk mengenali jenis kegiatan pariwisata yang telah dan dapat dilakukan setelah menilai potensi-potensi. Kepariwisataaan yang ada untuk menyusun statistik atau data-data penelitian dan peninjauan yang lebih akurat dalam bidang ini. Menurut Nyoman S. Pandit (*"Konsep Dasar Kepariwisataaan"*) pariwisata dibagi kedalam kelompok-kelompok sebagai berikut:

- a. Wisata Budaya : Ini dimaksudkan agar perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan menyaksikan kunjungan atas pekerjaan ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka.
- b. Wisata Kesehatan : Perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan tersebut untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana dia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani, dengan mengunjungi tempat-tempat peristirahatan seperti mata air panas yang dapat menyembuhkan. Wisata Olahraga : Ini dimaksudkan wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif akan pesta olahraga di suatu tempat atau negara seperti Olimpiade, Asian Games, Thomas Cup, dan lain-lain.
- c. Wisata Komersial : Dalam jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial seperti pameran industri, pameran dagang, dan sebagainya.
- d. Wisata Industri : Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa atau orang-orang awam ke dalam suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik atau bengkel besar dengan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.
- e. Wisata Politik : Perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian secara aktif dalam peristiwa kegiatan politik seperti misalnya kegiatan ulang tahun negara, dan sebagainya.
- f. Wisata Konvensi : Terkait dengan wisata politik hanya saja objek wisata disini adalah kegiatan konvensi dengan segala fasilitas yang disediakan.
- g. Wisata Sosial : Pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberikan kesempatan kepada golongan ekonomi lemah.
- h. Wisata Pertanian : Pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya.
- i. Wisata Maritim (Marina) atau Bahari : Jenis wisata yang dikaitkan dengan olahraga air, lebih-lebih di danau, begawan, pantai, teluk, sungai,

atau laut lepas.

- j. Wisata Cagar Alam : Wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang dan marga satwa yang langka serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat lain.
- k. Wisata Buru : Jenis wisata yang banyak dilakukan di negeri-negeri yang memiliki daerah atau hutan berburu yang dibenarkan oleh pemerintah,
- l. Wisata Pilgrim : Jenis wisata yang banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan atau kelompok dalam masyarakat.
- m. Wisata Bulan Madu : Penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan pengantin baru, yang sedang berbulan madu.
- n. Wisata Petualangan : Dikenal dengan istilah *Adventure Tourism*, seperti masuk hutan belantara yang tadinya belum pernah dijelajahi (*off beaten track*), penuh binatang buas, mendaki tebing teramat terjal, masuk goa penuh misteri dan lain-lain.

Sejarah perkembangan pariwisata dari zaman kuno hingga memasuki Era Globalisasi menunjukkan bahwa pariwisata sebagai industri mengalami perkembangan yang cukup pesat (Prasiasa 2013:1). Perkembangan pariwisata dapat dilihat dari perubahan pola perjalanan yang dilakukan wisatawan, perkembangan sarana dan prasarana yang diperlukan, hingga berkembangnya berbagai kondisi dalam industri pariwisata. Beberapa gambaran mengenai perkembangan pariwisata dapat dijelaskan berikut ini.

1. Kondisi Pariwisata Internasional

Menurut Organisasi Internasional, seperti Bank Dunia, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), dan World Tourism Organism (WTO) telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, terutama yang menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi (dalam Prasiasa 2013:1). Kini kegiatan pariwisata telah menjadi hal yang menjadi bagian dari hak asasi manusia sebagaimana dinyatakan oleh John Naisbit dalam bukunya *Global Paradox* bahwa *"Where once travel was considered a privilege of the moneyed elite now it is considered a basic human right"* (Prasiasa 2013:1).

2. Kondisi Pariwisata Indonesia

Perkembangan industri pariwisata Indonesia mengalami pasang surut seiring dengan akibat adanya perubahan ekonomi global. Berbagai faktor selain ekonomi global juga menjadi penyebab lainnya dari dalam negeri seperti krisis ekonomi, politik dan bencana alam serta berjangkitnya wabah penyakit di Indonesia juga mempengaruhi perkembangan industri pariwisata di Indonesia. Selama bulan Januari sampai dengan April 2008 pertumbuhan pariwisata Indonesia mengalami kenaikan 1,38%, sedangkan negara-negara lainnya ditingkat ASEAN mengalami penurunan

pertumbuhan. (Prasiasa 2013:5). Perkembangan pariwisata jika dilihat dari kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2001 hingga tahun 2009 dapat dilihat pada tabel 2.1. dibawah ini.

Tabel 2.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan mancanegara ke Indonesia Tahun 2002-2009

Tahun	Jumlah Wisatawan (orang)
2001	5.153.620
2002	5.033.400
2003	4.467.021
2004	5.321.165
2005	5.002.101
2006	4.871.151
2007	5.570.000
2008	6.429.027
2009	6.323.730

Sumber : Informasi Pemasaran Pariwisata Vol. 1 No. 5, Mei 2010, halaman 12.

Pergerakan wisatawan nusantara dalam kurun waktu 2001-2008 mengalami pertumbuhan yang berfluktuasi sekitar 2.08% pertahun. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata mencanangkan program untuk memperkenalkan daya tarik wisata dari semua destinasi pariwisata yang ada ditanah air yang diberi nama “Kenali Negerimu Cintai Negerimu”. Semakin kondusifnya iklim pertumbuhan pariwisata, baik pariwisata dunia maupun dalam negeri, Kemenbudpar menetapkan target wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia tahun 2010-2014, yaitu (1) tahun 2010 sebanyak 6.750.000 orang, (2) tahun 2011 sebanyak 7.100.000 orang, (3) tahun 2012 sebanyak 7.500.000 orang, (4) tahun 2013 sebanyak 8.000.000 orang, dan (5) tahun 2014 sebanyak 8.600.000 orang. Untuk dapat meraih jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia sesuai dengan target, Kemenbudpar menetapkan berbagai rencana strategis melalui Rencana Strategis Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Nomer: PM.105/UM.001/MKP/2010 tanggal 2 November 2010. Berbagai kemudahan telah dilakukan guna mencapai target jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, antara lain memberikan kemudahan bagi wisatawan dari kawasan ASEAN yang berkunjung ke Indonesia melalui *Visa on Arrival* (VoA). Yang telah mulai dimulai pengoperasiannya sejak tanggal 1 Februari 2009 dengan pengoperasian *Visa on Board* yang baru dilayani sebatas untuk penerbangan Garuda Indonesia rute dari Narita (Jepang), namun diharapkan dapat diberlakukan untuk negara destinasi lain.

Transportasi menjadi bagian yang penting yang diperlukan oleh wisatawan sebagai salah satu sarana yang terus berkembang mengikuti era teknologi modern. Wisatawan dalam melakukan perjalanan

dapat menggunakan transportasi darat, laut, maupun udara. Dari ketiga transportasi tersebut yang paling memberikan pengaruh dan kemudahan yang signifikan ialah transportasi udara. Maskapai penerbangan yang terus meningkatkan pelayanannya serta penerapan *low coast carrier* juga ikut member andil dalam perkembangan dunia transportasi. Memasuki era 2000-an, pesawat terbang sudah digunakan oleh konsumen menengah ke bawah sebagai alternatif transportasi, baik untuk perjalanan jarak jauh maupun jarak menengah. Begitu pula dengan perjalanan ke luar negeri, maskapai penerbangan semakin banyak berlomba menerapkan tarif penerbangan murah. Selain itu penambahan rute penerbangan langsung juga semakin memberikan kemudahan bagi wisatawan dengan pasar jarak dekat (*short haul*), pasar jarak menengah (*medium haul*), dan jarak jauh (*long haul*).

Fasilitas makan dan minum tentu merupakan suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan wisatawan sebagai bagian dari produk wisata. Sebagai negara penerima wisatawan tentunya Indonesia selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan wisatawan termasuk dalam kebutuhan makanan dan minuman. Berkembangnya pelestarian budaya memberikan dampak terhadap pemenuhan selera wisatawan karena makanan dan minuman merupakan salah satu manifestasi budaya. Karena itu wisatawan nusantara yang berkunjung sering memasukkan masakan khas daerah sebagai bagian dari tujuan perjalanan yang melahirkan bentuk wisata yang dikenal dengan istilah wisata kuliner yang menjadi tren unik dalam kegiatan wisata. Sektor pariwisata sangat berkepentingan pada pelestarian sumber daya alam dan budaya yang merupakan produk yang dijual, yaitu menarik wisatawan dari tempat lain untuk menikmatinya.

Sebagai bagian dari kegiatan perekonomian, aktivitas kepariwisataan perlu dibuat perhitungan dengan menggunakan statistik sebagai alat bantu sehingga melalui statistik kepariwisataan dapat mengetahui dan mengerti perkembangan dari perencanaan kepariwisataan nasional. Standar statistik mengacu pada *UN System of Accounts* yang digunakan untuk survey sesuai standar Internasional mengenai sumbangan pariwisata terhadap perekonomian. Indonesia melalui BPS dan Kemenbudpar mulai menerapkan dan mengembangkan TSA pada tahun 2001 yang dikenal dengan istilah Neraca Satelit Pariwisata Nasional (NESPARNAS). Besar kecilnya pengaruh pariwisata dapat digolongkan kedalam empat kelompok, yaitu pengaruh terhadap pendapatan, lapangan pekerjaan, neraca pembayaran, dan investasi (Sammeg, dalam Destinasi Pariwisata berbasis masyarakat).

a. Pengaruh Pariwisata terhadap Pendapatan

Industri pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan devisa yang sangat diperlukan untuk membiayai pembangunan nasional, meringankan utang negara, dan memelihara nilai

tukar (kurs) mata uang rupiah terhadap mata uang asing, oleh karena itu pariwisata mampu bersaing dalam pemberian pendapatan devisa bagi negara. Pada tahun 2009, pariwisata berada pada urutan ketiga sebagai penyumbang devisa terbesar di bawah minyak dan gas bumi, dan minyak kelapa sawit. Karena itu diperlukan berbagai upaya dari semua pihak agar industri pariwisata tetap dapat memberikan sumbangan yang besar. Selain devisa, pariwisata juga memberikan kontribusi terhadap pendapatan pemerintah pusat maupun daerah yakni yang bersumber dari pajak maupun retribusi. Pada tahun 2008, dampak ekonomi pariwisata terhadap penerimaan pajak sebesar 8,28 triliun (4,25%) dari total pajak nasional sebesar 194,7 triliun. Pengeluaran yang dilakukan oleh wisatawan juga dapat meningkatkan pendapatan yang diterima oleh masyarakat. Oleh karena pengeluaran wisatawan terkait dengan kebutuhan yang berupa makan dan minum, akomodasi, transportasi, hiburan, cinderamata, dan lain-lain. Sebab itu pariwisata merupakan sektor kegiatan yang ampuh sebagai alat pemerataan.

b. Pengaruh Pariwisata Terhadap Lapangan Pekerjaan

Pengembangan pariwisata tentunya juga dapat memberikan manfaat lain dengan terciptanya lapangan kerja yang cukup besar. Industri pariwisata dapat menyerap tenaga kerja mulai dari tenaga kerja yang tidak memiliki keterampilan, setengah terampil, terampil, bahkan sampai tingkat eksekutif. Lapangan kerja yang tercipta dari industri pariwisata dapat digolongkan kedalam tiga kelompok, yaitu lapangan kerja langsung, lapangan kerja tidak langsung, dan lapangan kerja ikutan.

1. Lapangan kerja langsung adalah pekerjaan-pekerjaan yang tersedia pada jajaran industri pariwisata, misalnya akomodasi, transportasi, restoran, biro perjalanan, daya tarik wisata, dan fasilitas bisnis pariwisata.
2. Lapangan kerja tidak langsung adalah pekerjaan-pekerjaan yang tersedia pada pabrik, toko, dan usaha-usaha lain yang diperlukan oleh pengusaha diluar pariwisata untuk melayani wisatawan secara tidak langsung, misalnya sektor pertanian, perkebunan, dan lain-lain.
3. Lapangan kerja ikutan adalah lapangan kerja yang tercipta akibat dari pengeluaran orang-orang yang bekerja secara langsung maupun tidak langsung pada industri pariwisata.

Pada tahun 2008 penyerapan tenaga kerja oleh industri pariwisata sebanyak 6,98 juta orang (6,81%) dari lapangan kerja nasional sebanyak 102,55 juta orang. Target kontribusi pariwisata terhadap penyediaan lapangan kerja nasional diharapkan pada akhir tahun 2014 sebanyak 9,20 juta orang.

c. Pengaruh Pariwisata terhadap Neraca Pembayaran

Penerimaan neraca pembayaran sektor pariwisata bersumber dari ekspor barang (seperti

souvenir dan kerajinan tangan), ekspor jasa (tenaga kerja pariwisata), dan lain-lain. Dan pengeluaran neraca pembayaran sektor pariwisata berupa impor barang (seperti makanan, minuman, dan perlengkapan hotel), impor jasa (tenaga kerja pariwisata), warga negara ke luar negeri, dan lain-lain. Kinerja pariwisata Indonesia berdasarkan neraca perjalanan wisata (*travel balance*), dengan melihat aliran devisa yang masuk (*inflows*), dikurangi dengan aliran keluar (*outflows*) oleh wisatawan nusantara yang bepergian ke luar negeri.

d. Pengaruh Pariwisata terhadap Investasi

Suatu destinasi pariwisata maupun kawasan wisata baru akan dikembangkan, maka tentunya akan memerlukan investasi awal yang besar. Keperluan dana investasi dimulai dengan biaya studi awal. Studi ini bertujuan untuk mengetahui potensi yang dimiliki oleh daerah yang akan dikembangkan sebagai destinasi pariwisata, setelah potensi cukup dikenali maka studi tersebut perlu dilanjutkan untuk mengetahui kelayakan (*feasibility*) terutama dilihat dari segi kelayakan ekonomis (*economic feasibility*). Jika studi kelayakan (*feasibility study*) menghasilkan indikasi positif, maka diperlukan investasi lanjutan, dimulai dengan penyediaan dan pematangan lahan, pembangunan prasarana dan sarana, serta penyediaan fasilitas umum.

Dan jika suatu destinasi pariwisata atau kawasan wisata sudah berkembang maka investasi yang diperlukan terutama biaya pemeliharaan. Pemeliharaan diperlukan agar suatu destinasi atau kawasan wisata yang bersangkutan tetap mempunyai daya tarik yang menyenangkan bagi wisatawan. Akan tetapi pengembangan destinasi pariwisata atau kawasan wisata biasanya akan menarik investor lain yang berkaitan langsung atau tidak langsung dengan pariwisata. Jadi destinasi wisata maupun kawasan pariwisata dapat berfungsi sebagai pusat pertumbuhan bagi daerah sekitarnya, karena itu banyak negara dengan sengaja menjadikan pariwisata sebagai pusat pertumbuhan. Banyak faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata. Faktor yang utama adalah jumlah penduduk, waktu luang, pendapatan perkapita dan transportasi.

Pariwisata bahari merupakan kegiatan pariwisata yang berada diperairan dan laut dengan memanfaatkan potensi yang ada dalam menjalankan aktivitas berlibur atau aktivitas laut lainnya. Pengertian wisata bahari sendiri menurut merupakan kegiatan wisata yang berada diperairan laut baik di permukaan laut seperti wisata pantai, wisata antropologi dan wisata untuk menikmati keindahan alam maupun dibawah laut seperti menyelam, snorkeling, dan berenang untuk menikmati keindahan terumbu karang. Wisata bahari merupakan kegiatan wisata yang mengutamakan sumber daya bawah laut dan diatas laut seperti *diving*, *snorkling*, selancar, jet ski, dan lai sebagainya yang didasarkan atas oenabdangan, keunikan akam dan karakteristik ekosistem, seni dan budaya serta masyarakat daerah.

Pada dasarnya kegiatan wisata bahari memadukan kegiatan manusia dan ekosistem laut berupa terumbu karang yang mempengaruhi mutu daya tarik wisata. Kriteria yang dipakai untuk menjadi kawasan wisata bahari kategori *diving* dengan menentukan kecerahan perairan, tutupan karang, keragaman jenis ikan, kecepatan arus dan kedalaman dan lebar hamparan terumbu karang.

Kriteria Wisata Bahari menurut keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup No. 51 tahun 2004 menetapkan nilai baku mutu air laut untuk pengembangan Wisata Bahari yang meliputi sifat-sifat fisika dan kimia air laut.

Tabel 2.2. Baku Mutu Air Laut Untuk Wisata Bahari
Parameter Satuan Baku Mutu

No.	Parameter	Satuan	Baku Mutu
	Fisik		
1.	Warna	Pt. Co	30
2.	Bau	-	tidak berbau
3.	Kecerahan	M	>6
4.	Kekeruhana	Ntu	5
5.	Padatan terseuspensi total ^b	mg/l	20
6.	Suhu ^c	°C	alami ^{3(c)}
7.	Sampah	-	nihil ¹⁽⁴⁾
8.	Lapisan Minyak	-	nihil ¹⁽⁵⁾
	KIMIA		
1.	pH ^d	-	7-8.5 ^(d)
2.	Salinitase	‰	alami ^{3(e)}
3.	Oksigen terlarut (DO)	mg/l	>5
4.	BOD5	mg/l	10
5.	Amoniak bebas (NH ₃ -N)	mg/l	Nihil ¹
6.	Fosfat (PO ₄ -P)	mg/l	0.015
7.	Nitrat (NO ₃ -N)	mg/l	0.008
8.	Sulfida (H ₂ S)	mg/l	Nihil ¹
9.	Senyawa fenol	mg/l	Nihil ¹
10.	PAH (poliaromatik hidrokarbon)	mg/l	0.003
11.	PCB (poliklor bifenil)	mg/l	Nihil ¹
12.	Surfaktan (detergen)	MBAS	0.001
13.	Minyak dan Lemak	mg/l	Nihil ^{1(f)}
14.	Pestisida ^f		
	Logam terlarut		
1.	Raksa (Hg)	mg/l	0.002
2.	kromium heksavalen (Cr(VI))	mg/l	0.002
3.	Arsen (As)	mg/l	0.025
4.	Cadmium (Cd)	mg/l	0.002
5.	Tembaga (Cu)	mg/l	0.05
6.	Timbal (Pb)	mg/l	0.005

7.	Seng (Zn)	mg/l	0.095
8.	Nikel (Ni)	mg/l	0.075
	BIOLOGI		
1.	E Coliform (faecal) ^g	MPN/100 MI	200 ^(g)
2.	Coliform (total) ^g	MPN/100 MI	1000 ^(g)
	Radio Nuklida		
1.	Komposisi yang tidak diketahui	Bq/l	4

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup RI Tahun 2004

Keterangan :

1. Nihil adalah tidak terdeteksi dengan batas deteksi alat yang digunakan (sesuai dengan metode yang digunakan)
2. Metode analisa mengacu pada metode analisa untuk air laut yang telah ada, baik internasional maupun nasional
3. Alami adalah kondisi normal suatu lingkungan, bervariasi setiap saat (siang, malam dan musim)
4. Pengamatan oleh manusia (visual)
5. Pengamatan oleh manusia (visual). Lapisan minyak yang diacu adalah lapisan tipis (*thin layer*) dengan ketebalan 0.01 mm
 - a. Diperbolehkan terjadi perubahan sampai dengan < 10% kedalaman euphotic
 - b. Diperbolehkan terjadi perubahan sampai dengan < 10% konsentrasi rata-rata musiman
 - c. Diperbolehkan terjadi perubahan sampai dengan < 2°C dari suhu alami
 - d. Diperbolehkan terjadi perubahan sampai dengan < 0.2 satuan pH
 - e. Diperbolehkan terjadi perubahan sampai dengan < 5% salinitas rata-rata musiman
 - f. Berbagai jenis pestisida seperti: DDT, Endrin, Endosulfan dan Heptachlor
 - g. Diperbolehkan terjadi perubahan sampai dengan < 10% konsentrasi rata-rata musiman.



Sumber: Forum.jalan2.com

Gambar 1. Lokasi Kepulauan Kangean

Kepulauan Kangean merupakan Gugusan pulau-pulau berjumlah 68 pulau yang membujur dari arah Barat ke arah Timur pada posisi $6^{\circ}30'$ - $7^{\circ}13'$ Lintang Selatan dan $115^{\circ}10'$ - $115^{\circ}56'$ Bujur Timur berjarak ± 132 mil laut disebelah Timur Laut Kota Kalianget (Pulau Madura) dan ± 100 mil laut di sebelah utara Pulau Bali berbatasan dengan wilayah bagian Timur dengan Laut Sulawesi, bagian Utara dengan Laut Kalimantan, bagian Barat dengan Laut Jawa/ Madura dan bagian Selatan dengan Laut Bali.

Luas Pulau Kangean adalah 547,28 km² atau 54.728 Ha. Dari luas tersebut, 460,96 Ha merupakan wilayah Kecamatan Arjasa dan 8.632 Ha merupakan wilayah Kecamatan Sepekan. Status tanah daratan di Kepulauan Kangean umumnya sebagian dibawah pengelolaan masyarakat (tegalan dan pemukiman) dan sebagian hutan merupakan wilayah kerja Perum Perhutani Unit II Jatim, dan sebagian di Pulau Saobi merupakan Cagar Alam Pulau Saobi. Perairan laut yang mengelilingi Gugus Pulau Kangean di sebelah utara dan barat adalah perairan dangkal dengan kedalaman laut sampai dengan batas 4 mil berkisar 2 – 10 m. Sedangkan perairan sebelah timur dan selatan merupakan perairan dalam, dimana kedalaman laut sampai batas 4 mil berkisar antara 2-190 meter.



Sumber: Google

Gambar 2. Kepulauan Kangean

Kepulauan Kangean secara administratif pemerintahannya berada di bawah Koordinasi Pembantu Bupati wilayah Kerja Kangean di Arjasa, Kabupaten Sumenep, Propinsi Jawa Timur dan terbagi menjadi dua Kecamatan yaitu Kecamatan Arjasa dan Kecamatan Sepekan. Kecamatan Arjasa terbagi menjadi 28 desa yaitu Desa Arjasa, Kalekatak, Duko, Sumber Nangka, Bilis-bilis, Laut Jung-jung, Kalesangka, Angkatan, Kalo-kalo, Buddi, Kaling-anjar, Angan-angan, Sambakati, Pase-runan, Pandunan, Belaman, Panganangser, Sawah Sumur, Pakian, Dan-euy, Timur Jungjang, Jukang-Jukang, Tarjek, Kangenu, Tembayung, Cangkraman, Batu Puteh dan Saobi. Kecamatan Sepekan terbagi menjadi sembilan desa yaitu Desa Sepekan, Sakala, Tanjung Kiaok, Pagerungan Besar, Pagerungan Kecil, Sabunten, Paliat, Sasiil dan Sepanjang.

Kepulauan Kangean memiliki iklim tropis dengan curah hujan sekitar 155,43 milimeter dan rata-rata hari hujan 16,58 hari. Sebagian wilayah

Kepulauan Kangean tersusun atas litologi pasir kuarsa yang memiliki warna abu-abu sampai dengan warna putih termasuk dalam formasi Arjasa. Dengan pantai berwarna putih yang memiliki kelerengan 2° hingga 5° dengan lebar 10 meter hingga 30 meter. Daratannya termasuk dalam dataran rendah dengan ketinggian maksimum 1,5 meter dari garis pantai. Kecamatan Arjasa juga memiliki ketinggian sekitar 2-47 meter dari permukaan laut disebagian wilayahnya. Berdasarkan karakteristik bentuk wilayahnya 84% daratan, 7% berombak, dan 9% berbukit.

Pulau Kangean secara administratif termasuk kabupaten Sumenep, Madura. Kabupaten Sumenep terbagi menjadi dua wilayah, yaitu daratan (*dereiden*) dan kepulauan (*polo*). Pembagian wilayah ini berhubungan dengan konstruksi orang dari kedua wilayah itu, yaitu orang daratan (*oreng dereiden*) dan orang pulau (*oreng polo*). Konstruksi menentukan hubungan antar kedua wilayah tersebut. Perbedaan kebudayaan Kangean dengan Madura nampak pada bahasa, asal usul, dan identitas sosial. Bahasa Kangean mempunyai tingkatan bahasa *ako-kao*, *nira-nae*, dan *kaule-panjennengnan*. Asal-usul orang Kangean merupakan campuran orang-orang yang berasal dari Madura, Sapudi-Raas (*Podey*), Cina, Arab, Banjar, Melayu, Bawean, Jawa, Bali, Bugis-Makassar, dan Mandar. Kedatangan orang Madura, Sapudi-Raas di Pulau Kangean berhubungan dengan faktor pekerjaan, perdagangan, dan perkawinan. Kedatangan orang Cina berhubungan dengan faktor pelarian politik yang terjadi pada akhir abad ke-19. Keturunan orang Cina yang berjenis kelamin laki-laki disebut '*encek*' dan yang perempuan '*ennya*', sedangkan yang keturunan Arab yang laki-laki disebut '*iyje*' dan perempuan '*saripah*'. Orang Jawa didatangkan oleh Belanda di Kangean pada abad ke-19 untuk menanam kayu jati. Oleh karena itu, wilayah pemukiman mereka disebut *kampung Jebe*, yang tersebar di Ramo' Salengka', desa Sabesomor, dan desa Torjek. (Bustami, par 12). Usaha penyebaran agama Nasrani di Pulau Kangean mengalami kegagalan kendati telah dikondisikan di desa Sabesomor sebagai pusat kegiatan misionaris. Bangunan di desa tersebut bergaya Eropa sehingga nama kampung tersebut disebut Kampung Pandita. Islamisasi Pulau Kangean berlangsung sejak dulu sampai dengan saat ini sebagai proses yang tidak pernah selesai. Respon keyakinan keagamaan orang Kangean dapat dianalisis pada organisasi keagamaan. Secara historis, NU di Kangean hadir lebih awal, MD hadir pada tahun 1965, sedangkan Persis pada tahun 1980-an.

Pulau Kangean mempunyai kebudayaan yang berbeda dengan kebudayaan Jawa, Bawean, dan Madura. Penduduk Kangean mayoritas keseluruhan beragama Islam. Ajaran Islam mempengaruhi berbagai aspek masyarakat penduduk Kepulauan Kangean termasuk dalam kerangka kebudayaan. Keyakinan keagamaan diinterpretasi dan dianalisis dalam konteks kebudayaan Kangean sehingga

menghasilkan Islam Kangean. Perwujudan Islam Kangean nampak pada ritual, numerologi, kepercayaan terhadap makhluk halus, dan kekuatan magis religius. Dalam kenyataannya, Islam Kangean memiliki respon yang bervariasi terhadap berbagai aspek kehidupan.

Potensi Sumber Daya Alam Kepulauan Kangean

a. Perkebunan dan Pertanian

Lahan di Kepulauan Kangean terdiri atas lahan sawah dan lahan kering. Lahan kering memiliki luas 37,501.10 Ha (81.35%) tersebar di 28 Desa, sedangkan sisanya adalah tanah sawah seluas 8,594.90 Ha(18.65%) tersebar di 25 desa.

• Lahan Sawah

Penggunaan lahan sawah di Kecamatan Arjasa (Pulau Kangean) tidak ada yang beririgasi teknis, bahkan sebagian besar 8,332 Ha atau 96.9% dari seluruh lahan sawah yang ada merupakan lahan tadah hujan. Sisanya 22 Ha atau 2.84% merupakan lahan sawah beririgasi sederhana dan 22 Ha atau 0.26% beririgasi semi teknis. Potensi pertanian di Kepulauan Kangean masih kurang dapat diandalkan sebagai sumber utama penduduknya dikarenakan oleh kondisi tanah yang banyak berbatu dan sebagai pulau kecil tentu kurang mampu menampung air hujan.

• Lahan Kering

Dari lahan kering yang ada (37.499 Ha), sebagian besar (16.488 Ha) atau sekitar 43.97% dari seluruh lahan kering yang ada merupakan lahan yang tidak diusahakan. Setelah itu ada seluas 19, 864 Ha atau sekitar 52.97% dari seluruh lahan kering di Pulau Kangean digunakan untuk tegal dan kebun. Wilayah Kepulauan Kangean lebih cocok untuk ditanami dengan tanaman jagung dan tanaman palawija yang lain seperti kacang hijau, kacang tanah maupun ubi jalar.

b. Peternakan

Populasi ternah berkembang pesat di Pulau Kangean. Hal ini disebabkan bahwa lahan yang ada cocok untuk kehidupan ternak.

c. Perikanan

Perikanan merupakan sumber penghasilan utama sebagian besar penduduk di Pulau Kangean. Budidaya ikan dilakukan didarat dengan luas 48 Ha untuk tambak dan 54 Ha untuk budidaya air tawar. Pembuatan tambak yang dilakukan memiliki dampak karena dilakukan penebangan atau konversi hutan mangrove dikarenakan perbedaan angka yang signifikan antara produktivitas tambak dengan budidaya ikan air tawar.

d. Hutan

Hutan jati yang terdapat di wilayah Kepulauan Kangean merupakan hutan alam dan hutan tanaman. Keberadaan hutan jati awalnya merupakan hutan alami, namun sekarang hampir keseluruhan hutan jati yang ada dikelola oleh Perum Perhutani Unit 1 (KPH) Madura. Hutan jati merupakan hutan tanaman yang berada pada daerah dataran rendah, disamping hutan mangrove yang tersebar pada sepanjang pantai yang landai. Jenis pohon dalam hutan yang terdapat di

Kepulauan Kangean antara lain jati dan mahoni. Selain hutan jati yang merupakan hutan tanaman, terdapat hutan dataran rendah (dengan jenis vegetasi termasuk hutan rimba campuran) yang sebagian besar terletak didaerah pegunungan sehingga memiliki fungsi lindung yang sangat penting. Kondisi hutan alam yang masih dalam kondisi baik. Batas yang memisahkan hutan jati dengan hutan alam berupa daerah patahan.

e. Hutan Mangrove

Hutan mangrove yang ada di Kepulauan Kangean memiliki luas 6.408,08 hektar atau sekitar 83% dari luas hutan mangrove daerah Jawa Timur yang memiliki luas 7.750 hektar akan sangat penting artinya bila dikelola dengan baik, karena ekosistem hutan mangrove dapat memberikan kontribusi secara langsung maupun tidak langsung bagi pendapatan suatu daerah. Produk yang dihasilkan dari pengelolaan hutan mangrove berupa kayu sebagai bahan bangunan, kayu bakar, pupuk, obat-obatan, dan sebagai tempat pariwisata. Dari hasil perhitungan nilai ekonomi sesuai penggunaan atau pemanfaatan hutan mangrove tersebut nilai hutan mangrove sebagai pelindung abrasi yang paling tinggi. Pemanfaatan konversi hutan mangrove yang digunakan sebagai tambak ikan dan udang membuat dampak negatif jangka panjang yang jauh lebih besar dibandingkan dengan manfaat yang didapat oleh karena dapat merusak dan menurunkan potensi hutan mangrove terutama dalam menunjang produktivitas hutan mangrove maupun jasa lainnya. Selain itu juga akan mengakibatkan rusaknya habitat alami dari ikan yang terdapat disekitar hutan mangrove, bahaya abrasi pantai dan hilangnya potensi wisata.

f. Terumbu Karang

Penyebaran terumbu karang dapat dijumpai disepanjang pantai dan disekeliling pulau kecil yang ada disekitar Pulau Kangean, seperti pulau Keriting, Pulau Sepangkur Besar, Pulau Paliat, Pulau Sitabok, Pulau Mamburit, namun menurut hasil pengamatan, terumbu karang di Pulau Kangean dan sekitarnya dalam kondisi rusak. Bahkan tiap tahun keadaan terumbu karang yang rusak semakin besar persentasenya. Biasanya tumbuhnya algae dapat dijadikan indikator mulai berkurangnya keanekaragaman hewan karang yang dapat disebabkan oleh berkurangnya nutrient dalam perairan untuk tumbuhnya hewan karang. Selain itu yang menyebabkan berkurangnya hewan karang ialah penangkapan ikan dilaut menggunakan bom dan potas. Tingginya pemanfaatan berbagai jenis sumber daya yang ada pada sumberdaya terumbu karang khususnya berupa pengambilan batu karang untuk bahan bangunan, penangkapan ikan dengan bom, maupun dengan racun (potas), menimbulkan berbagai dampak yang negatif. Terumbu karang sebagai sumber daya yang memiliki nilai konversi tinggi karena memiliki keanekaragaman biologis yang tinggi dan potensi wisata. Sekitar 50% dari 12.932, 64 hektar luas keseluruhan terumbu karang yang ada di

Kepulauan Kangean dalam kondisi rusak. Hal ini diakibatkan oleh penggunaan bahan peledak dan racun dalam penangkapan ikan disekitar terumbu karang. Selain hal tersebut, kerusakan terumbu karang juga disebabkan oleh rusaknya hutan mangrove karena tidak adanya pengaturan aliran air tawar oleh hutan mangrove yang mengalir dari darat kelaut sehingga tingkat salinitas air menjadi tidak teratur dan mengakibatkan matinya beberapa terumbu karang.

Secara umum potensi sumber daya alam laut dan pantai di Kepulauan Kangean dan sekitarnya, berupa pulau-pulau yang ditumbuhi mangrove dan sebagian memiliki hamparan terumbu karang. Keindahan kumpulan terumbu karang tumbuh subur terletak disekitar Pulau Mamburit, Pulau Kangean, Pulau Saobi, Pulau Sabuntan, Pulau Paliat, Pulau Sapangkur, Pulau Saur, Pulau Saibus, Pulau Sapeken, Pulau Sasiil dan Pulau Sepanjang. Sedangkan pulau-pulau kecil yang berada disekitar sebelah Tenggara Pulau Kangean, yang tidak memiliki daratan dan ditumbuhi vegetasi mangrove yang relatif masih utuh yaitu Pulau Bindera, Pulau Kaloangan, Pulau Malang, Pulau Malelang dan Pulau Bumnyarit.

Potensi Pariwisata, yang cocok dikembangkan sebagai Kawasan Wisata Bahari, seperti Taman Laut Pulau Mamburit, Pulau Saor, Pulau Sepanjang dan Pulau Gili Labak serta Pulau Saobi yang potensial untuk Areal Wisata Konservasi, seperti Rusa/Kijang, Burung Gosong dan Ayam Hutan. Faktor yang mendukung sebagai Daerah Tujuan Wisata adalah letaknya yang sangat strategis dan berdekatan dengan Pulau Bali. Wilayah Kepulauan sangat potensial dengan aset budayanya yang dihuni berbeda suku dengan berbagai karakteristiknya. Keanekaragaman ikan yang dijumpai sangat bervariasi antara ikan hias dan ikan ekonomis khas terumbu karang, jumlah jenis ikan yang dijumpai 64 spesies dengan 2100 ekor diluar jumlah juvenile. Berikut beberapa data mengenai pulau-pulau yang potensial dikembangkan menjadi daerah wisata ada di Kepulauan Kangean (Guntur dkk 2000:125-134) :

1. Pulau Mamburit

Pulau ini telah menjadi perkampungan di tengah laut yang pantainya mulai dari batas air surut sampai kedalaman ± 15 meter terdapat hamparan terumbu karang, baik yang masih hidup maupun sudah mati. Jenis terumbu karang yang mendominasi di wilayah ini adalah jenis *Acropora sp.* dan *Porites sp.*. Intensitas pelayaran nelayan dari perkampungan di Pulau Mamburit ke Pulau Kangean menyebabkan terumbu karang ini banyak yang sudah rusak. Jenis ikan hias yang ada disana tidak banyak. Rusaknya terumbu karang dipulau ini disebabkan oleh penggunaan bom dan potassium oleh para nelayan untuk menangkap ikan serta karena perahu yang membuang jangkar di sekitar terumbu karang turut menghancurkannya sehingga kondisi ekosistem terumbu karang beserta biota lautnya sukar untuk dipertahankan sebagai kawasan konservasi. Namun terumbu karang yang bagus masih bisa dijumpai di

kedalaman 15 meter-30 meter dibawah permukaan laut atau hanya bisa dijumpai dengan *diving*.

2. Pulau Kangean

Pulau terbesar di kepulauan ini merupakan pulau yang paling banyak disinggahi perahu, baik perahu nelayan maupun kapal Ferri. Pulau Kangean merupakan pulau yang menjadi sarana utama untuk dapat menuju ke pulau yang lain dari pelabuhan kalianget menggunakan Kapal Bahari Sumekar dan Kapal Cepat Bahari Express. Terumbu karang dijumpai di pantai Barat pulau ini yang berdekatan dengan Pulau Mamburit. Keadaannya hampir sama dengan terumbu karang di Pulau Mamburit. Di pantai timur Pulau Kangean yaitu di Selat antara Pulau Kangean dan Pulau Paliat terdapat selat yang sempit yang sering dilalui kapal nelayan bahkan di pantai timur Pulau Kangean ini terdapat Tempat Pengumpulan Kayu milik Perum Perhutani. Hal ini menyebabkan terumbu karang di pantai timur Pulau Kangean tidak ada yang baik, demikian pula di pantai utara dan selatan. Obyek wisata yang menarik dipulau Kangean ialah pantai Batuguluk.

3. Pulau Paliat

Pulau ini terletak di sebelah timur Pulau Kangean yang dipisahkan oleh selat sempit. Pulau ini berukuran sedikit lebih kecil dibandingkan Pulau Kangean. Pulau ini milik Perum Perhutani yang berstatus sebagai hutan produksi. Vegetasinya masih baik dengan pohon bakau mengelilingi pantai pulau ini. Di ujung barat pulau ini atau tepatnya barat laut pulau ini membujur ke arah timur ± 1 km sebatas $\pm 15-30$ m dari batas air laut surut ke arah tengah laut terdapat terumbu karang yang masih baik. Sampai kedalaman ± 5 meter. Terumbu karang ini dapat dinikmati dengan tanpa menyelam (dari atas perahu) karena airnya masih jernih. Demikian pula pantai selatan pulau ini terdapat terumbu karang yang diwaktu air surut nampak kepermukaan air. Terumbu karang dari jenis *Porites sp.*, *Acropora sp.*, *Asperaea*, *A. millepora sp.*, *montipora toloisa*. Jenis-jenis ikan hias *Epinephalus sp.*, *Chaetodontoplus sp.*, *Hereochus Chaetodon*, *Zanclus canessens*, *Abudefduf*, *Lambroides dimideatus* dan *Amphiprion sp.*.

4. Pulau Saobi

Pulau dengan luas 930 ha ini telah berstatus Cagar Alam dan selebihnya dihuni penduduk dengan berbagai aktifitas kehidupan yang sebagian besar menjadi nelayan. Sawo kecil (*Manilkara kauki*) dan burung gosong (*Megacephalon freycenet reinwardtii*) merupakan flora dan fauna khas di Pulau Saobi. Perairan pantainya disebelah utara berpasir dan sebelah timur dan selatan yang berhadapan dengan Cagar Alam, merupakan terumbu karang yang pada waktu air laut surut tampak seperti daratan berrelief seluas ± 20 Ha. Pulau Saobi merupakan pulau yang potensial untuk Areal Wisata Konservasi, seperti Rusa/Kijang, Burung Gosong dan Ayam Hutan.

Potensi perairannya mempunyai nilai konservasi yang tinggi ditandai dengan adanya keanekaragaman jenis terumbu karang. Jenis *Enhalus sp.* dan

Thalassia sp. merupakan potensi perairan yang paling dominan disertai jenis terumbu karang *Acropora sp.* dan *Heliopora sp.* yang dominan pula. Berbagai jenis ikan seperti *Scarus sp.*, *Casio sp.*, *Lutjanus sp.*, *Abudefduf*, *Chaetodon*, *Amphiprion SP.* *Epino-phelus sp.* dan (*Acanthurus sp.*).

5. Pulau Sabunteun

Pulau ini terletak sebelah timur Saobi dan dihuni penduduk yang bermata pencaharian bercocok tanam (tadah hujan), kebun kelapa dan nelayan. Di Pulau ini terdapat dua sumber air jernih yang merupakan sumber air pokok bagi kepentingan sehari-hari. Vegetasi pantai terdiri dari *Rhizophora stylosa* dan *Casuarina equisetifolia* serta pohon-pohon kelapa. Terumbu karang terdapat dibagian barat pulau ini (antara Pulau Saobi dan Pulau Sabunteun) yang umumnya dari jenis *Acropora sp.* dan *Porites sp.*. Rumpun laut dari jenis *Thalassia hemprichii* dengan jenis-jenis ikan *Amphiprion ocellaris*, *Zebrasvina sp.* dan *Epinephelus sp.* (kerapu).

6. Pulau Sapungkur

Pulau Sapungkur terletak sebelah timur Pulau Sabunteun dengan penduduk yang bermata pencaharian sebagai nelayan. *Casuarina equisetifolia* merupakan vegetasi pantai dengan potensi perairan berupa hamparan terumbu karang yang sebagian besar telah tertimbun endapan lumpur sehingga mengalami kematian. Jenis terumbu karang yang masih hidup adalah jenis *Acropora sp.*, *Porites sp.*, *Galaxea sp.* dan *Platygyra sp.*. Ikan-ikan hias yang berkeliraran hidup diterumbu karang tersebut adalah jenis (*Abudefduf sp.*, *Dascylus sp.* *Epinephalus sp.* dan *Acanthurus sp.*). Formasi dasar perairan dengan kedalaman bervariasi antara 2-3 meter berupa pasir dan di beberapa tempat dijumpai adanya jenis *Neoferdina ocellata* (Astroidea), sedangkan dari jenis *Echinoidae* yang terletak adalah jenis *Diadeum setosum* (bulu babi)

7. Pulau Saur

Pulau ini berpenduduk yang mata pencahariannya bercocok tanam, selain ada yang jadi nelayan. vegetasi pantai dimulai dari jenis kacang-kacangan (*Ipomoea percaprae*), pandan laut (*Pandanus sp.*), kemudian cemara laut (*Casuarina equisetifolia*). Perairan sampai kedalaman antara 2-4 meter ditumbuhi rumput laut dari jenis *Enhalus sp.* dan *Thalassia sp.* *Acropora sp.* dan *Porites sp.* yang sudah mati merupakan terumbu karang yang mendominasi daerah ini dan muncul dipermukaan air pada waktu air surut. Binatang laut (Astroidea) dari jenis *Neoferdina ocellata* serta *Echinodea* dan *Diadeum setosum* menyebar di beberapa tempat yang berpasir.

8. Pulau Saebus

Pulau dengan keindahan terumbu karang yang dapat dilihat hanya dengan jarak 1-3 meter dari permukaan laut atau dengan *snorkeling* saja. Ikan badut yang disebut Nemo bahkan dapat dijumpai hanya sekitar 1 meter dari permukaan laut. Potensi biota laut yang berada di pulau ini adalah terumbu

karang dari jenis *Acropora sp.* dan *Porites sp.* yang sudah mati serta Di bagian tengah perairan dijumpai adanya hamparan gosong pasir yang tidak begitu luas dan tidak berpenghuni yang dinamakan pulau gosong oleh masyarakat setempat. Formasi bakau dari jenis *Rhizophora sp.* merupakan vegetasi pantai yang ada di pinggiran pulau.

9. Pulau Sasiil

Terumbu karang yang sudah mati dari jenis *Porices sp.* dan *Acropora sp.* banyak dijumpai. Lalu lintas nelayan yang menuju Pulau Sepanjang melewati perairan pulau ini sehingga terumbu karangnya rusak dan kemudian mati. Di beberapa tempat masih terdapat kelompok *Lobophyllia sp.* yang sudah mati dan rumput laut dari jenis *Enhalus sp.* dan *Thalassia sp.* tumbuh bertebaran. Berdekatan dengan terumbu karang terdapat Mercusuar.

10. Pulau Sepanjang

Pulau terbesar kedua setelah Pulau Kangean terletak diujung paling timur dari Kepulauan Kangean. Secara geografis Pulau Sepanjang terletak di bagian Timur gugusan kepulauan Kangean dengan posisi disisi utara Pulau Bali, pada 07° 6' 07.1" LS & 115° 59' 17.2" BT. Pulau sepanjang merupakan bagian dari kecamatan Sapeken kabupaten Sumenep Madura, dengan luas wilayah daratan 103,4 km² (10340 Ha) dan ketinggian maksimum 13 m dpl. Secara administratif terdiri dari dua desa, yaitu desa Tanjung Kiaok dan desa Sepanjang. Sebagian besar pulau ini berstatus hutan produksi milik Perum Perhutani dengan jenis kayu jati dan formasi hutan bakau *Rhizophora stylosa* sebagai hutan lindung. Perairannya tidak jernih bahkan nampak keruh berlumpur. Disebelah barat daya pulau ini berdiri tegak "Mercur suar" diantara hamparan terumbu karang yang sudah mati tertimbun lumpur. Terumbu karang yang masih hidup tidak dijumpai. Di bagian timur disebelah Tanjung Kiaok yang merupakan habitat duyung (*Dugong dugon*). Rumpun laut dari jenis *Thalassia sp.* dan *Enhalus sp.* tumbuh mendominasi wilayah berpasir. Selain itu pulau Sepanjang memiliki wilayah pesisir dan pantai yang representative mendasari alasan dibuatnya rencana pengembangan Mata Pencaharian Alternatif (MPA) Pulau Sepanjang oleh HAPPI dengan menjadikan Pulau sepanjang sebagai kawasan konservasi Pulau Sepanjang dan sebagai Taman Nasional Laut.

11. Pulau Sapekan

Pulau Sapekan dan pulau-pulau kecil disekitarnya termasuk dalam kecamatan Sapekan. Dengan jumlah penduduk yang padat, serta mata pencaharian utama yang memanfaatkan sumberdaya hayati perairan serta terumbu karang. Pulau Sapekan terkenal akan keragaman dan keindahan terumbu karang, namun saat ini kondisi terumbu karang banyak yang rusak oleh karena bom nelayan untuk menangkap ikan. Hanya sejak beberapa tahun terakhir penggunaan bom semakin jarang dijumpai akibat sosialisasi dan peraturan yang diberitakan pemerintah mulai membuka kesadaran masyarakat setempat.

Potensi sumberdaya wilayah pesisir di kepulauan Sapeken sangat besar, baik sumberdaya hayati, nirhayati dan jasa kelautan. Dengan luas wilayah 2.093,457573 Km², terdiri dari daratan 1.146,927065 Km² (54,79%), dan wilayah kepulauan 946,530508 Km² (45,21%), dengan luas perairan laut 50.000 Km². Jumlah pulau 126 buah yang berpenghuni 48 pulau dan tidak berpenghuni 78 pulau, jumlah penduduk 1.056.984 jiwa, Kecamatan Daratan 766.463 Jiwa (72,51%), Kecamatan Kepulauan 290.521 jiwa (27,49%). Potensi kelautan yang besar itu baru dimanfaatkan untuk perikanan pelagis, sedangkan untuk budidaya laut (*Marine culture*), pariwisata bahari dan biota laut untuk pengembangan industri pangan, kosmetik dan farmasi baru sebagian kecil. Begitu juga dengan jasa perhubungan laut masih relatif sedikit yang dikelola. Kekayaan potensi sumber daya pesisir dan laut di Kepulauan Sapeken merupakan potensi untuk pengembangan budidaya laut. Budidaya laut dapat dikembangkan dan menjadi alternative bagi pekerjaan masyarakat. Salah satu jenis organisme laut yang mempunyai potensi besar adalah rumput laut dan beberapa jenis ikan laut seperti kerapu dan bandeng. Di Pulau ini terdapat pusatnya Kecamatan Sapekan, sehingga keadaan perairannya ramai sebagai jalur perhubungan antar pulau dan merupakan tempat berbelanja penduduk yang bertempat tinggal di pulau-pulau sekitar Kecamatan Sapekan, bahkan pulau-pulau yang merupakan wilayah Kecamatan Arjasa. Di pulau ini dapat dijumpai berbagai terumbu karang yang Biota laut sekitar perairan pulau ini berupa ikan yang dikonsumsi penduduk seperti ikan layang dan *Lathrinus sp.*

Perjalanan menuju Kepulauan Kangean dapat ditempuh dari Surabaya menuju pulau Madura dengan melalui jembatan suramadu kearah kota Sumenep dan menuju Pelabuhan Kalianget. Untuk menyeberang dari Pulau Madura ke Pulau Kangean, menggunakan kapal Ferri Sumekar dengan biaya tiap orang 60 ribu dan lama perjalanan sekitar 10 hingga 11 jam dan paling cepat 8 jam. Keberangkatan jam 5 sore dan sampai dipulau Kangean sekitar jam 4 pagi. Kapal Ferri Sumekar juga dapat melayani rute pelayaran dari Kalianget-Kangean-Sapekan namun ditempuh dalam waktu sekitar 16 jam, dengan waktu tiba dipulau Sapekan sekitar jam 10-11 siang. Penyeberangan dari Pulau Madura ke pulau Kangean dapat menggunakan kapal cepat Bahari Express, yang perjalanan dari Kalianget menuju Pulau Kangean dapat ditempuh hanya dalam waktu sekitar 3,5 jam. Biaya yang harus dikeluarkan untuk naik kapal cepat terdiri dari 3 kelas tepat duduk. Yakni kelas Ekonomi dengan biaya Rp. 125.000, kelas Eksekutif dengan biaya Rp. 150.000 dan Kelas VIP dengan biaya Rp.175.000. Kapasitas penumpang untuk kelas Ekonomi dan Eksekutif berjumlah masing-masing 100 kapasitas, sedangkan kelas VIP hanya memiliki kapasitas 20 tempat duduk. Untuk kelas Eksekutif dan VIP mendapat fasilitas AC. Dan kelas Eksekutif 5 *seat* tiap baris tempat

duduk, dan kelas VIP dengan masing-masing 2 *seat* tiap baris tempat duduk.

Analisis SWOT

No.	Analisis	Kepulauan Kangean	Kepulauan Bawean
1.	Strenght	<ul style="list-style-type: none"> - Kawasan wisata berupa kepulauan dengan jumlah pulau-pulau kecil yang dapat dijadikan obyek wisata sangat banyak, yakni sekitar 67-pulau yang berpenghuni dan ratusan pulau tidak berpenghuni. - Potensi daya tarik wisata yang jauh lebih banyak. Sehingga memiliki potensi untuk membentuk Kepulauan Kangean menjadi wisata bahari seperti Karimunjawa . - Keanekaragaman spesies terumbu karang yang beraneka macam menjadikannya ter-masuk dalam lima kawasan terindah dengan terumbu karang di Indonesia selain Taman Laut Bunaken, Kepulauan 	<ul style="list-style-type: none"> - Keanekaragaman hayati bawah lautnya masih terjaga dengan alami. - Terdapat potensi wisata seperti pantai, danau, dan terumbu karang yang sangat indah. - Sumber Daya Manusia (SDM) yang mudah dibentuk untuk melestarikan keadaan alam yang dapat dijadikan potensi wisata yang menarik. - Kesadaran masyarakat dalam menjaga lingkungan relatif tinggi dengan tidak memakai bahan berbahaya ketika menangkap ikan seperti menggunakan bom dan potassium, dan melestarikan peninggalan budaya yang ada. - Masyarakat Bawean masih menjaga adat dan kebudayaan

		Karimunjawa , Raja Ampat. - Kondisi Sumber Daya Alam dan lingkungan yang masih alami dan melimpah, dengan tidak adanya industri dan limbah.	mereka.			bagus. - Keterbatasan sarana transportasi dan infrastruktur di Kepulauan Kangean. - Kurangnya promosi sehingga keberadaan dan keindahan Kepulauan Kangean hampir tidak diketahui seluruh masyarakat Indonesia.	Bawean.
2.	Weakness	<ul style="list-style-type: none"> - Kesadaran Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada di Kepulauan Kangean masih sangat rendah, dengan masih adanya beberapa nelayan yang menggunakan bom dan potassium dalam menangkap ikan. - Keanekaragaman hayati bawah laut seperti terumbu karang di beberapa pulau di Kepulauan Kangean banyak yang rusak di kedalaman 1-3 meter, sedangkan dikedalaman laut yang hanya bisa dijangkau dengan diving masih 	<ul style="list-style-type: none"> - Luas pulau dan kawasan yang dapat dijadikan wisata bahari sangat terbatas. - Keterbatasan transportasi dan infrastruktur yang ada di Pulau Bawean. Banyak jalan yang rusak di Pulau Bawean. - Belum adanya listrik yang menjangkau Pulau Bawean, warga biasanya menggunakan genset di setiap rumahnya untuk penerangan. - Hingga saat ini masih belum adanya sarana akomodasi seperti penginapan di Pulau Bawean. - Kurangnya promosi mengenai Pulau 	3.	Oportunity	<ul style="list-style-type: none"> - Telah dibentuknya tim oleh lembaga HAPPI dan Dinas Perikanan dan Kelautan provinsi Jawa Timur untuk menciptakan kawasan wisata Kapajang yang berasal dari singkatan Pulau Kangean - Pulau Paliat - Pulau Sepanjang. Dan menciptakan Maritim Tradisional Center atau Pusat Tradisi Maritim. - Adanya kesepakatan dan kerjasama dengan kedutaan Perancis yang menjadikan Kepulauan 	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat lapangan terbang perintis yang baru selesai pada akhir tahun 2012 membuat Pulau Bawean lebih mudah dicapai wisatawan. - Wilayah yang masih dekat dengan Surabaya yang memiliki lapangan terbang bertaraf Internasional , Juanda.

		Kapajang menjadi tuan rumah dalam even kompetisi ketangkasan dalam berlayar dengan penggagas Eropa, Internasional Atlantic Challenge pada tahun 2016 yang merupakan potensi besar untuk mempromosikan Kapajang pada wisatawan asing.	
4.	Threat	<ul style="list-style-type: none"> - Cuaca yang tidak menentu membuat kapal tidak dapat berlayar menuju Kepulauan Kangean sekalipun sudah terdapat jadwal rutin kapal yang melakukan pelayaran. - Paket wisata murah obyek wisata dalam negeri dan Luar negeri. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuaca yang tidak menentu mengakibatkan Kapal yang menyeberangi Laut Jawa tidak bisa berlayar. - Tiket penerbangan murah ke luar negeri.

Konsep Perancangan

Tema pokok perancangan yang diangkat disesuaikan dengan tujuan promosi potensi wisata

bahari Kepulauan Kangean yang memiliki keindahan alam diatas laut dan dibawah laut yang penuh dengan kekayaan dan keanekaragaman biota alamnya yang masih alami dan asri yang berupa pulau-pulau kecil yang membentuk kepulauan. Potensi-potensi yang ada diinformasikan dan diperkenalkan menjadi bentuk promosi untuk mengembangkan Kepulauan Kangean menjadi daerah wisata bahari dan lebih maju namun tetap tidak meninggalkan sifatnya yang alami dan asri sehingga dibutuhkan adanya konsumen sehingga menjadi wisata bahari yang indah dan menjadi tujuan wisata alam oleh para petualang atau komunitas *backpacker*, penggemar olahraga air seperti *surfing*, *diving*, *snorkeling*, dan sebagainya. *Big idea* dari perancangan ini mengenai persahabatan “*Kangean Island, Best Friend to make your day become wonderful*”. Persahabatan tak lepas dari kegiatan kesenangan atau hobi yang setiap orang tentu tidak memiliki kesamaan dalam kesenangan mereka. Sesuai target konsumen yang dituju, yakni komunitas wisatawan bahari dan olahraga *diving*, *snorkeling*, dan *surfing* yang selalu menyempatkan waktu mereka hanya untuk memuaskan hobinya dengan melakukan berbagai perjalanan wisata bahari diberbagai tempat. Kepulauan Kangean merupakan sahabat terbaik untuk memberikan kepuasan dalam menjalankan hobi tersebut.

Brand Essence dan Brand Positioning

Brand essence merupakan pernyataan yang ingin disampaikan dan ditempatkan dibenak target konsumen yang dipakai untuk menanamkan janji atau citra dalam benak target konsumen. *Brand essence* Kepulauan Kangean ialah keindahan kekayaan alam yang tersembunyi. *Brand positioning* merupakan kegiatan utama dalam mengelola suatu *brand* yang ditawarkan. Dengan adanya *positioning* maka dapat diketahui keunggulan bersaing Kepulauan Kangean dibandingkan produk wisata sejenis, yakni Kepulauan Kangean memiliki potensi kekayaan alam di atas laut dan dibawah laut yang indah dengan berbagai jenis terumbu karang, dan spesies ikan yang banyak, serta memiliki banyak pulau yang dapat dibuat menjadi kawasan wisata kepulauan dan bahari.

Pendukung Tema Perancangan

a. Pesan Verbal

Secara verbal pesan yang ingin disampaikan dari Kepulauan Kangean adalah ingin menawarkan potensi wisata bahari yang ada di Kepulauan Kangean sehingga dapat diolah dan dikembangkan menjadi obyek wisata bahari yang menarik dan maju namun tetap dalam keaslian alam, dan suasana yang tenang, dan alami. Serta menjadi tujuan wisata komunitas wisatawan bahari maupun komunitas petualang (*backpacker*) dan penggemar olahraga air dengan kekayaan alam diatas laut dan dibawah laut yang beranekaragam dan indah.

b. Pesan Visual

Pesan visual mengenai Kepulauan Kangean dideskripsikan dengan menampilkan visualisasi pemandangan alam dan potensi-potensi alam wisata bahari, baik pemandangan pantai, bawah laut, keindahan pemandangan alam dalam pulau, adat istiadat dan budaya penduduk setempat, dan kehidupan disekitar Kepulauan Kangean.

- o Warna yang digunakan tetap sesuai konsep yakni gaya desain vintage dan erat dengan warna visual alam seperti coklat, orange, hijau, dan biru.
- o Kesatuan desain dan layout yang menarik antara foto, ilustrasi dan desain grafis.
- o Gambar-gambar yang ditampilkan mengenai seputar kawasan Kepulauan Kangean dan potensi alam dan budaya masyarakat.
- c. Penyajian
Penyajian visual yang ditampilkan berupa gabungan layout desain grafis dan teknik fotografi dengan gaya vintage modern serta menggunakan warna sesuai dengan alam seperti tanah, pepohonan, pantai, dsb, yang selaras dengan konsep vintage yang identik dengan warna kecoklatan dan sesuai dengan jiwa petualang.
- d. Warna
Penggunaan warna pada desain promosi didominasi oleh penggunaan warna kebiruan yang melambangkan suasana laut dan kepulauan, warna kehijauan melambangkan suasana alam, warna coklat melambangkan kesan alam yang asri, alami, dan suasana dalam pulau-pulau di Kepulauan Kangean.
- e. Tipografi
Tipografi merupakan seni memilih jenis huruf dari ratusan rancangan huruf yang ada dengan menggabungkannya serta menentukan hierarki huruf yang dapat membentuk kesatuan dan keharmonisan yang menarik, mudah dibaca, serta mudah dipahami sehingga desain huruf dapat menciptakan gaya dan karakter dari subyek yang diiklankan. Pemilihan jenis font yang digunakan dalam proses desain ini Arial, Aovel, Great Vibes, Laurent Script.
- o Arial
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () - +
- o Aovel Sans
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () - +
- o Great Vibes
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () - +
- o Laurent Script
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () - +

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x
y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () -

Media Promosi dalam Perancangan

1. In Flight Magazine

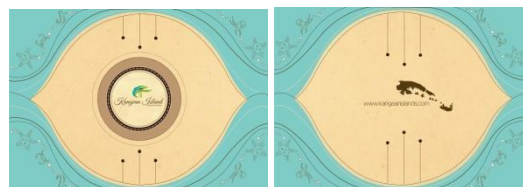
In Flight Magazine merupakan majalah yang diterbitkan oleh maskapai penerbangan yang diletakkan didalam pesawat bagi penumpang maskapai penerbangan tersebut.



Gambar 3. Media *In Flight Magazine*

2. Company Profile

Booklet yang berisi informasi detail mengenai Kepulauan Kangean, berikut potensi, sumber daya alam, adat istiadat dan budaya Kepulauan Kangean.



Gambar 4. Media *Company Profile*

3. Travel Guide Book

Travel Guide book merupakan buku panduan perjalanan yang berisi informasi mengenai obyek wisata perjalanan, gambaran biaya pengeluaran untuk melakukan perjalanan wisata, petunjuk, informasi mengenai daerah yang dituju.



Gambar 5. Media *Travel Guide Book*

4. Brosur

Brosur merupakan media selebaran yang digunakan untuk memberikan informasi dibagikan

ditempat *travel agency*, dan ditempat-tempat wisata serta pada saat pameran *tour and travel*.



Gambar 6. Media Brosur

5. Merchandise

Merchandise berfungsi sebagai *souvenir* dan alat pengingat akan Kepulauan Kangean dibagikan secara gratis kepada konsumen yakni wisatawan yang berlibur di Kepulauan Kangean dan dijual pada toko *souvenir* di Kepulauan Kangean.

- Kaos
- Pin
- Gantungan Kunci
- Stiker



Gambar 7. Media Merchandise

6. Poster

Poster digunakan sebagai media penyampaian pesan untuk menarik perhatian komunitas wisatawan bahari dan olahraga *diving*, *snorkeling*, peselancar sebagai *target audience*.



Gambar 8. Media Poster

7. Website

Website mengenai Kepulauan Kangean berisi seputar potensi wisata, obyek wisata, kegiatan

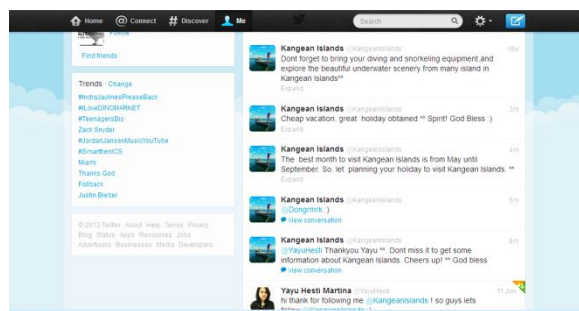
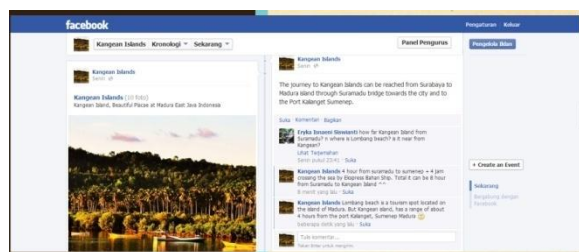
yang akan dilangsungkan di Kepulauan Kangean, kebudayaan, dan akses menuju Kepulauan Kangean dan pemandangan alamnya.



Gambar 9. Media Website

8. Media Sosial

- Facebook
- Twitter



Gambar 10. Media Sosial



Gambar 11. Keseluruhan Media Promosi

Simpulan

Kegiatan wisata telah menjadi bagian utama dalam gaya hidup manusia saat ini yang bukan hanya sekedar pengisi waktu liburan namun telah menjadi sebuah kebutuhan dalam hidup. Perkembangan bisnis pariwisata yang disertai makin banyak munculnya tempat tujuan wisata baru membuat kemajuan dalam sektor pariwisata di Indonesia. Bangsa Indonesia ialah bangsa yang terkenal akan keindahan alamnya. Hal ini dikarenakan bangsa Indonesia adalah negara Kepulauan sehingga memiliki banyak sekali pantai

dan tanjung. Banyak daerah di Indonesia yang berpotensi untuk dipromosikan menjadi suatu kawasan wisata yang layak dikunjungi dan dapat meningkatkan penerimaan devisa pendapatan daerah dan negara. Kepulauan Kangean sebagai bagian dari Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur memiliki potensi wisata bahari yang berlimpah. Kepulauan Kangean adalah gugusan pulau yang merupakan bagian paling timur dari Pulau Madura. Kepulauan Kangean belum populer seperti Kepulauan Karimunjawa di Jawa Tengah. Kepulauan Kangean belum dikenal oleh masyarakat Indonesia secara luas, hanya masyarakat yang tinggal dalam pulau Madura dan sedikit sekali masyarakat Indonesia yang mengenal keberadaan Kepulauan Kangean tersebut. Padahal Kepulauan Kangean memiliki beberapa pulau yang berlimpah daya tarik wisatanya yang menonjol dengan keindahan pantai dan terumbu karangnya, diantaranya Pulau Kangean, Pulau Paliat, dan Pulau Sepanjang yang pada tahun 2016 akan menjadi tuan rumah *even Internasional, International Atlantic Challenge*. Promosi menjadi bagian yang penting menjelang diberlangsungkannya *even Internasional* tersebut. Promosi diperlukan agar masyarakat dapat mengenal dan memahami potensi wisata bahari Kepulauan Kangean yang sangat berlimpah. Permasalahan dalam mengembangkan Kepulauan Kangean sebagai Wisata Bahari ialah :

- a. Rendahnya kualitas sumber daya manusia. Hal ini berkaitan terhadap kesadaran masyarakat daerah penghuni pulau-pulau dalam melestarikan dan mengelola potensi alam yang ada dalam Kepulauan Kangean.
- b. Pemanfaatan sumber daya alam yang kurang terencana. Potensi-potensi alam yang ada di kepulauan Kangean belum dikelola dengan maksimal oleh masyarakat dalam mendukung program pemerintah serta kurangnya pihak pengelola selaku investor yang belum mengetahui potensi alam kepulauan Kangean yang dapat menjadi wisata bahari dengan keindahan sumber daya alamnya.
- c. Terbatasnya sarana penunjang wisata antara lain merupakan sarana transportasi, sarana tempat penginapan bagi wisatawan seperti hotel, resort, dan lain-lain. Kemudian sarana bermain dan tempat makan.
- d. Kurangnya promosi wisata dan kurang adanya data serta informasi yang diperlukan dalam pengembangan wisata bahari. Kepulauan Kangean sendiri hingga kini masih sangat jarang diketahui keberadaannya oleh masyarakat Indonesia, terlebih luar negeri.

Prioritas pengembangan wisata bahari terletak dari pengembangan sumber daya alam, sumber daya manusia, pengembangan produk wisata, sarana dan prasarana, promosi wisata, pengendalian lingkungan, pengembangan sistem informasi dan manajemen. Oleh karena itu dibuatlah Perancangan tugas akhir ini untuk mempromosikan potensi wisata bahari yang ada

di Kepulauan Kangean sehingga dapat menjadi tujuan wisata, yang diharapkan dapat mengangkat Kepulauan Kangean dan seluruh potensinya menjadi daerah wisata yang dikenal keberadaannya dan dapat dijadikan tempat tujuan wisata potensial.

Daftar Pustaka

- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif*. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Prasiasa, Dewa Putu Oka. (2013). *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Salemba Humanika. Jakarta.
- Sasmaya. (2012). *Repository Ed*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Simamora, Bilson. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama,.
- Chatamalah, Maman. (2008). Strategi “Public Relation” dalam Promosi Pariwisata: *Studi Kasus dengan Pendekatan “Marketing Public Relations” di Provinsi Banten*. *Mediator* 9.2, 399-400
- Suryana, Asep. (2007). *Tahap-tahap Penelitian Kualitatif*. Mata Kuliah Analisis Data Kualitatif Universitas Pendidikan Indonesia.
- Yoeti, Oka. (1982). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- . (1983). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.
- . (1996). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Dewi, Ike Janit. (2011). Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata. *Implementasi dan Implikasi Kelembagaan Pariwisata Indonesia yang Bertanggung Jawab*. *Responsible Tourism Marketing*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Witt dan Mautinho. (1994). *Tourism Marketing and Management Handbook*, 338.
- Seaton dan Benett. (1996). *Marketing Tourism Products : Concepts, Issues, Cases*, 363
- Simamora, Bilson. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta.: PT.Gramedia Pustaka Utama, 285
- Sawitri. (2010) *Strategi Komunikasi Pemasaran Combi Kid Fruit and Veggie dalam Membentuk Brand Awareness Masyarakat*. Skripsi Universitas Pembangunan Nasional. Veteran. Jakarta.

Guntur, Murachman dan Soemarno (2000). Konsep Pengelolaan Kawasan Konservasi Laut Selat Madura dan Sekitarnya. *Jurnal Agritek*, 125-134.

Sri Hartini, et al. (2003). *Kajian Pulau Madura dan Kepulauan Kangean*. Pusat Survey Sumber Daya Alam Laut.

Syah, Ach. Fachrudhin, Akhmad Farid. (Desember 2006). *Konsep Pengembangan Wisata Bahari Kepulauan Kangean*. *Embryo* 3. 2, 127. Universitas Sumatera Utara. Bab II Uraian teoritis Kepariwisata. Diunduh 8 Februari 2013 dari <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/20910/3/Chapter%20II.pdf>

Ismayanti. (2010). *Bab II Uraian Teoritis*. Diunduh 8 Februari 2013 dari <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/26254/4/Chapter%20II.pdf>

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2001). Strategi Bauran Promosi Divisi *Corporate Communication* Bina Nusantara Dalam Mensosialisasikan Program *Cashless Society*. Diunduh 15 Maret 2013 dari http%3A%2F%2Fthesis.binus.ac.id%2Fdoc%2FBab2Doc%2F2011-2-00761-MC%2520Bab2001.doc&ei=0wFRUZ_JL8varAeVnIGgAQ&usg=AFQjCNGhBDI6Rt5bTPxe1STa-vqEDlzMnA&bvm=bv.48572450,d.bmk

Swastha, Basu. Sarjanaku.com. Diunduh 15 Maret 2013 dari <http://www.sarjanaku.com/2013/04/pengertian-promosi-adalah-menurut-para.html>

Darmastuti, Ismi, Pranathan Triatmojo. (2009) Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intention to Recommend Kota Semarang. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* 6. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. http://Eprints.undip.ac.id/35480/1/ISMI_Darmastuti.pdf

Definisi Pariwisata Menurut Beberapa Ahli. *Tabea Tamang Blog Kepariwisata Manado-Sulut*. (24 Agustus 2012). Diunduh 10 Februari 2013 dari <http://DefinisiPariwisataMenurutBeberapaAhli_TabeaTamang.htm>

Analisis Data. *eTraining*. Diunduh 20 Januari 2013 dari <http://www.tkplb.org/documents/etraining%20-%20KTI/analisisdata.pdf>
BAB III Metode Penelitian. *Disertasi*. Diunduh 8 Februari 2013 dari http://www.pps.unud.ac.id/disertasi/pdf_thesis/unud-16-230717673-bab%20iii_desert_.pdf

Konsep Dasar Kepariwisata. (2013) www.putusibbau.com. Diunduh 8 Februari 2013 dari <<http://www.putusibbau.com/berita/165-kdk.html>>

2016, Jatim Miliki 'Wakatobi' di Kepulauan Sumenep. (04 Juli 2012). *Republika*. Di unduh 5 Januari 2013 dari <http://www.republika.co.id/berita/nasional/nusantara-nasional/12/07/04/m6mp8x-2016-jatim-miliki-wakatobi-di-kepulauan-sumenep>.

Latar Belakang Ekspedisi Perak Kangean. (2012). *Planet Pelajar*. Di unduh 10 Januari 2013 dari <http://aldianguiovanno.wordpress.com/2012/07/03/latar-belakang-ekspedisi-perak-kangean/http://planetpelajar.com/page12403345.aspx>

Trip Pulau Kangean Madura. (2012). www.ngelancong.com. Diunduh 5 Januari 2013 dari <http://www.ngelancong.com/service/paket-wisata/trip-pulau-kangean-madura-.html>

Menelusuri Daya Tarik Pulau Kangean. (2007). *Portal CBN Cyber Travel*. Di unduh 5 Januari 2013 dari <http://cyberwoman.cbn.net.id/cbprtl/cybertravel/detail.aspx?x=Time+Traveller&y=cybertravel2|0|3|2272>

Farid, Akhmad. (2012). Konsep Pengembangan Wisata Bahari, Kepulauan Bawean, Jawa Timur. *Program Pasca Sarjana Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang*.

Ginting, Sapta Putra. *Himpunan Ahli Pengelolaan Pesisir Indonesia*. Di unduh 25 Maret 2013 dari http://bulletin.penataanruang.net/upload/data_artikel/Artikel-HAPPI%20-PakSaptadoc.pdf.

Munavizt, Setzer. Jenis Jenis Akomodasi Pariwisata. Di unduh 20 Maret 2013 dari <http://pariwisatadanteknologi.blogspot.com/2010/05/jenis-jenis-akomodasi-pariwisata.html>

Bustami, Abdul Latief. (2011) Tradisi, Ritual dan Keyakinan Beragama Masyarakat Kangean. Lontar Madura. Universitas Negeri Malang. Diunduh 10 Februari 2013 dari <http://lontarmadura.com/tradisi-ritual-dan-keyakinan-beragama-masyarakat-kangean/>

Atlantic Challenge International. Diunduh 20 Mei 2013 dari <https://www.facebook.com/pages/Atlantic-Challenge-International/20367869737>

Forum.jalan2.com. (2013). Baehaki. Diunduh 28 Juni 2013 dari <http://forum.jalan2.com/topic/3835-pulau-kangean-surga-snorkeling-di-kawasan-madura-jawa-timur/>